

Федеральное агентство связи

**Государственное образовательное учреждение
высшего профессионального образования**

**ПОВОЛЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ТЕЛЕКОММУНИКАЦИЙ И ИНФОРМАТИКИ**

ЭЛЕКТРОННАЯ БИБЛИОТЕЧНАЯ СИСТЕМА

Самара

**Программа
прохождения производственной и преддипломной практик
специальности 030602.65
«Связи с общественностью»**

ЭБС ПГУТИ

Самара
ИУНЛ ПГУТИ
2011

Федеральное агентство связи
Государственное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Поволжский государственный университет
телекоммуникаций и информатики»

Кафедра Связей с общественностью

Программа
прохождения производственной и преддипломной практик
специальности 030602.65 «Связи с общественностью»

Самара
ИУНЛ ПГУТИ
2011

Печатается по решению Методического совета ПГУТИ по изданию учебно-методической литературы от 01.2011г.

Методические указания направлены на оказание помощи студентам в прохождении производственной и преддипломной практик, подготовке и оформлении отчетов по всем видам практик специальности «Связи с общественностью».

Составитель: доктор полит.наук, доц. И. В. Андропова

Рецензент: доктор филос.н., проф. Т. В. Филатов

Содержание

I. Общие цели и задачи учебной, производственной, преддипломных практик..	5
II. Структура и организация практики.....	8
III. Оценка практики.....	12
IV. Задачи практики и предоставляемые материалы к отчету.....	13

ЭБС ШУТИИ

Программа непрерывной практической подготовки подготовлена в соответствии с законом Российской Федерации «Об образовании» в редакции Федерального закона от 24 апреля 2008 г., Федеральным законом «О высшем и послевузовском профессиональном образовании» в редакции Федерального закона от 24 апреля 2008 г. и другими нормативно-правовыми документами.

I. ОБЩИЕ ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ УЧЕБНОЙ, ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ, ПРЕДДИПЛОМНЫХ ПРАКТИК

Учебная практика по связям с общественностью является обязательной частью подготовки высококвалифицированных специалистов и проводится согласно учебному плану и графику учебного процесса. Базами практики являются органы государственной исполнительной и законодательной власти, местного самоуправления, общественные организации, коммерческие структуры, в составе которых осуществляют свою деятельность соответствующие подразделения, службы, а также PR-агентства.

В процессе практики изучается организация работы служб и специфика деятельности специалистов по PR, ведется сбор, обобщение и анализ материалов, необходимых для написания отчета о прохождении практики.

Цели и задачи практики определяются в соответствии с ГОС ВПО и примерными программами практики.

Практика ставит своей целью раскрыть основы профессиональной деятельности будущих специалистов, получить представление о профессиях, конкретных специализациях, о различных типах служб по связям с общественностью, о системе подготовки специалистов по связям с общественностью, руководителей отделов по связям с общественностью, спичрайтеров, менеджеров по связям с общественностью, пресс-секретарей, пресс-атташе, спиндокторов, специалист по кризисным ситуациям и т.д.

Цели практики:

- закрепить теоретические знания в области СО;
- овладеть практическими навыками работы специалиста по связям с общественностью;
- изучить и проанализировать особенности работы по связям с общественностью в конкретной организации:
- на базе мест практики собрать и подготовить качественные практические материалы для использования их при написании дипломной работы.

Основными задачами практики для студента являются

- изучение организационной структуры и технологического процесса подразделения по связям с общественностью;
- определение форм и механизмов информационного обмена внутри организации: места подразделения по связям с общественностью в структуре организации,.
- выяснение форм работы подразделения с различными труппами общественности;
- уяснение перечня основных обязанностей, закрепленных за специалистами, ответственными за связи с общественностью;

- знакомство с действующими рабочими планами специалистов по СО, и последующая выработка собственного рабочего плана, согласно которому осуществляют свою деятельность специалисты по связям с общественностью соответствующих подразделений, служб, отделов и пр.:
- усвоение форм ведения учета основных показателей эффективности работы подразделения, службы, отдела СО и пр.
- вооружение будущих специалистов знаниями о назначении, сущности и специфике, этической и профессиональной деятельности;
- создание установки на личностное, социально-нравственное и профессиональное развитие;
- формирование основ научно-познавательной деятельности студента в условиях высшего учебного заведения.

Практика направлена на усвоение студентами:

- знаний социальной значимости профессии;
- требований к личности специалиста с высшим образованием;
- форм и методов научного познания, научной организации познавательного труда;
- содержания работы специалиста по связям с общественностью;
- основ самообразовательной и самовоспитательной деятельности.

Развитие умений в ходе практики предполагает:

- приобретение студентами навыков планирования трудовой деятельности;
- распространение и внедрение новации и передового опыта в практике студентов;
- разработка прикладных технологий, проектов, программ и внедрения их в практику;
- организацию практики студентов на базе профильных учреждений с выполнением исследовательских и прикладных задач;
- развитие активности студентов и создание условий, обеспечивающих эффективность учебного процесса;
- развитие самоуправления и создание условий для самореализации и самоутверждения студентов

II. СТРУКТУРА И ОРГАНИЗАЦИЯ ПРАКТИКИ

1. Ознакомительная учебная практика в государственных и муниципальных учреждениях и организациях (2курс)
2. Учебная практика в коммерческих и государственных структурах (3 курс).
3. Производственная практика - (4 курс).
4. Преддипломная практика (5 курс)

СТРУКТУРА ПРАКТИК (2-5 КУРС)

Практики по специальности «Связи с общественностью» проводятся в соответствии с государственным образовательным стандартом высшего профессионального образования по направлению подготовки специалистов и учебным планом ПГУТИ. Продолжительность практик составляет 16 недель.

Учебным планом ПГУТИ по специальности "Связи с общественностью" определены следующие сроки проведения практик:

- I. Ознакомительная учебная - 2 недели - IV семестр.
- II Производственная - 3 недели – VI семестр.
- III. Производственная - 3 недели - VIII семестр.
- IV. Преддипломная - 8 недель - IX семестр.

ОРГАНИЗАЦИЯ ПРАКТИКИ

Для руководства практикой назначается руководитель практики от университета и от организации - базы практики

Руководитель практики от университета: до начала практики согласовывает с руководителями организаций график и программу ее прохождения студентами, участвует в проведении всех организационных мероприятий до ухода студентов на практику. Курирует прохождение практики на местах. Совместно с руководителем практики от организации рассматривает отчеты и дневники по практике, даёт отзыв об их работе: принимает участие в работе кафедральной комиссии по защите отчетов о прохождении практики.

Руководитель практики от организации: обеспечивает необходимые условия прохождения практики, необходимые практикантам материалы, а также консультирует практиканта, контролирует использование им рабочего времени. В процессе практики подписывает дневник, а по окончании практики составляет характеристику практиканту с указанием общей оценки за практику (неудовлетворительно, удовлетворительно, хорошо, отлично).

Обязанности студентов-практикантов

Студенты при прохождении практики обязаны:

- полностью выполнять задания, предусмотренные программой практики и индивидуальные задания, выданные руководителем практики; подчиняться действующим в организации правилам внутреннего распорядка.
- нести ответственность за выполнение работы и ее результаты;
- вести ежедневно записи в дневнике о характере выполненной работы в течение дня:

- по окончании практики предоставить руководителю от университета характеристику, выданную руководителем практики от организации, дневник, письменный отчет о выполнении всех заданий В назначенные сроки студент обязан защитить представленные материалы перед кафедральной комиссией.

СОДЕРЖАНИЕ ОТЧЕТА

1. Описание места работы:

- историческая справка;
- профиль работы и основные показатели деятельности организации;
- характеристика основных групп общественности, с которыми взаимодействует организация;

2. Общая характеристика PR-подразделения

- история подразделения (цели создания, продолжительность функционирования)
- схема организационной структуры подразделения
- разделение труда между специалистами подразделения
- место подразделения в общей структуре организации;
- связи с другими подразделениями организации

3. Структурно – функциональная характеристика основных видов деятельности подразделения по связям с общественностью:

ВИДЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	ЧАСТОТА	ОТМЕТКА О ВЫ- ПОЛНЕ- НИИ
Комплексное PR-сопровождение организации	Да	
	Нет	
Управление репутацией	Да	
	Нет	
Подготовка и распространение информации для СМИ	Да	
	Нет	
Подготовка и распространение информации для сотрудников организации	Да	
	Нет	
Разработка и проведение рекламных кампаний	Да	
	Нет	
Проведение отдельных PR-мероприятий:		
• презентаций	Да	
	Нет	
• пресс-конференций и брифингов	Да	
	Нет	
• участия в выставках	Да	
	Нет	

• promotion-акций	Да	
	Нет	
• праздничных мероприятий	Да	
	Нет	
Разработка фирменного стиля	Да	
	Нет	
Разработка дизайна полиграфической продукции	Часто	
	Редко	
	Никогда	
Разработка креативных и изобразительных решений для внешних рекламных носителей	Часто	
	Редко	
	Никогда	
Написание и реализация сценариев отдельных PR-акций	Част	
	Редко	
	Никогда	
Создание всего комплекса видеорекламной продукции (включая ТВ программы и рекламно-информационные фильмы)	Часто	
	Редко	
	Никогда	

Написание и редактирование текстов всех видов и жанров	Часто	
	Редко	
	Никогда	
Мониторинг СМИ / клиппинг	Да	
	Нет	
Подготовка материалов для размещения в сети Internet	Да	
	Нет	
Руководство корпоративным СМИ (газета, журнал, радио, и т.п.)	Да	
	Нет	
Проведение социологических исследований	Да	
	Нет	

4. Материалы работы

- Публикации и сюжеты, организованные подразделением по связям с общественностью за время практики. Предоставление возможно в виде оригиналов и ксерокопий публикаций, видео- и аудиозаписей, транскриптов теле- и радиосюжетов.
- Документы, подготовка которых велась студентом во время практики: пресс-релизы, отчеты мониторингов СМИ, рекламные тексты, сценарии мероприятий и т.д.

III. ОЦЕНКА ПРАКТИКИ

Итоговая оценка работы студента на практике складывается из оценки, выставляемой руководителем практики от организации, и оценки, выставляемой руководителем практики от университета после предоставления студентом дневника, отчета, характеристики и материалов работы.

Оценка *«отлично»* выставляется руководителем практики от университета в случае если: студент предоставил все установленные формы отчетности (дневник, отчет, материалы) в требуемые сроки;

при составлении материалов отчета студент показал высокий уровень подготовки по специальности в рамках прослушанных теоретических курсов.

навыки, полученные студентом в ходе прохождения практики, отвечают требованиям осуществления профессиональной деятельности специалиста по связям с общественностью.

Следующая градация оценок за практику производится исходя из условий полного, частичного или недостаточного выполнения вышеперечисленных условий. В соответствии с этими условиями отчет по практике может быть оценен на «хорошо» или «удовлетворительно».

IV. Задачи практики и предоставляемые материалы к отчету

I. Ознакомительная практика в государственных и муниципальных учреждениях и организациях (2 курс).

Задачи практики:

- знакомство с руководством и трудовым коллективом PR-подразделения; знакомство с учредительными документами органов по связям с общественностью;

- выявление миссии (если таковая существует), целей и задач всей службы и конкретно отдела, в котором Вы проходите практику (попробуйте объяснить отсутствие некоторых традиционных задач PR-деятельности в программах данных подразделений);

- описание структуры государственной службы по связям с общественностью;

- описание функциональных обязанностей специалистов того подразделения, в котором Вы проходите производственную практику.

- описание формы взаимодействия между структурными подразделениями службы PR и последней с другими органами государственной власти.

- выделение основной целевой группы данного органа государственной власти;

- описание ресурсов данного органа государственной власти (государственного учреждения) по возможности его влияния на целевые группы;

- описание основных принципов, методов и приемов, используемых сотрудниками данного отдела по PR:

- на этапе исследования, выявления проблемы, целевой группы.
- на этапе планирования PR-акции;
- на этапе разработки PR-акции;
- на этапе выбора каналов связей с общественностью (отбор СМИ, конкретных корреспондентов, рекламных агентств. НИИ. видов рекламы и популяризации и т.д.),
- на этапе проведения акции;
- на этапе оценки акции и работы PR-подразделения в целом и т. д.

- участие в работе PR-службы: студент выполняет поручения руководителя практики принимающей стороны по согласованию с руководителем практики от университета в объеме, предполагаемом для выпускников второго курса ПГУТИ (подготовка информационных материалов по освещению деятельности органов государственной власти. участие в проведении исследовательских работ, участие в анкетировании, в PR-акциях и т.д.).

Примерный календарно-тематический план учебной практики студентов 2 курса.

Период с 25.06 по 5.07.

№ п/п	Наименование этапов практики	Кол-во дней
1.	Ознакомление со службой, отделом по связям с общественностью, организацией, ее структурой и контингентом клиентов.	4
2.	Ознакомление с основными видами оказываемой услуг и соответствующей документацией.	6
3.	Наблюдение за использованием различных методов работы с клиентами	9
4.	Заполнение дневника практики.	еже-дневно
5.	Оформление отчета.	1
б.	Защита отчета по практике.	1
	Итого дней:	14

Материалы к отчету:

1. Подписанный договор.
2. Дневник практики (приводится почасовое описание видов работ)
3. Описание службы по связям с общественностью в государственной и муниципальной структуре.
4. Предложения по усовершенствованию работы службы (после согласования с руководителем практики и с согласия студента могут быть предложены к обсуждению в органах по связям с общественностью и в органах государственной и муниципальной власти).
5. План-сценарий одной PR-акции.
6. Подробное описание одного полного рабочего дня PR-специалиста (только с согласия принимающей стороны)
7. Характеристика с места прохождения практики
2. Учебная практика в коммерческих и государственных структурах (4 курс).

Задачи практики:

познакомиться с организационной структурой и технологическим процессом коммерческого предприятия:

познакомиться с сотрудниками PR-отдела предприятия:

изучить рабочий план подразделения, согласно которому осуществляют свою деятельность сотрудники:

выяснить критерии оценки эффективности работы PR-подразделения, службы;

познакомиться с формами работы подразделения со СМИ;

выяснить специфику работы PR-подразделения на данном коммерческом предприятии;

выяснить распределение обязанностей в данном подразделении:

выполнить практические задания;

подготовить и написать итоговый отчет по практике

3. Производственная практика. (3 курс).

Цель практики: знакомство PR-специалиста с механизмами взаимодействия PR-отделов и СМИ.

Задачи практики:

- знакомство студентов с организацией работы в СМИ и со структурой подразделений;

- налаживание творческих контактов с сотрудниками СМИ; выяснение механизмов взаимодействия данного СМИ с PR-службами предприятий и организаций;

- составление медиаплана для дальнейшей самостоятельной работы со СМИ, знакомство с процессом подготовки печатных, видео- и аудиоматериалов; подготовка собственных материалов (печатных, радио, TV).

Студенты-практиканты должны ознакомиться с работой в редакциях газет, электронных СМИ или (и) на радио, телевидении. В процессе непрерывной практики они имеют возможность изучить структуру и направление данного издания (либо радио- и телепрограммы), получить наглядное представление о производственном процессе газеты, радио-или телестудии, проследить и четко представить все его звенья: сбор информации, верстку, макетирование, корректуру, работу секретариата, журналистскую правку, редактирование, монтаж отснятого материала (если речь идет о ТВ) В задачи практиканта также входит знакомство с типографией.

Помимо этого студенты-практиканты должны иметь, точное представление о технологиях создания журналистского произведения, изучить методы сбора информации, уяснить методики написания материала или съемок видеосюжета. Практиканты закрепляют теоретические навыки, полученные во время занятий и по возможности публикуют 1-2 материала, либо предоставляют запись на аудио- или видеокассет (если практика проходила на радио или телевидении). Студенты должны усвоить профиль того издания, ТВ канала, в редакции которого проходят практику на предмет дальнейшем о сотрудничестве в PR-деятельности.

Задания:

- описать структуру подразделений данного СМИ и режим его работы (служебные телефоны, должности, приемные часы);

- охарактеризовать специализацию сотрудников творческого коллектива (с указанием тематических и жанровых предпочтений каждого).

- описать приоритеты формы работы данного СМИ с PR-службами (пресс-релиз, пресс-кит, телефонный диалог, «ангажированные» журналисты, личные контакты журналистов с отдельными компаниями, пресс-конференция и презентация).

- подготовить самостоятельно печатные или видеоматериал и описать весь технологический процесс его создания (от сбора информации до выхода в свет).

Содержание практики.

Описать структуру службы по связям с общественностью, механизм ее взаимодействия с вышестоящими органами и системной клиентурой.

Охарактеризовать основные задачи и функции службы, отдела.

Описать права, функциональные обязанности работников данной организации.

Охарактеризовать нравственно-этические принципы деятельности агентства, службы, отдела.

Дать характеристику основным категориям клиентов, обращающимся за услугами. Описать основные нормативные документы, определяющие правовую основу деятельности организации, агентства, отдела.

Выяснить основные виды оказываемых службой услуг.

Осуществить наблюдение используемых методик работы с клиентами, описав подробно одну из них.

Заполнить образцы первичной документации. Описать назначение каждого документа и приложить к отчету

Принять участие в проведении мероприятия (по договоренности с принимающей стороной).

Исходными данными для сбора информации являются:

- * устав агентства, организации;
- * перспективный план работы агентства, отдела;
- * анкета клиента.
- * должностные инструкции.

Индивидуальное задание студент получает на практику в зависимости от избранной темы курсовой работы по дисциплине "Теория и практика массовой информации", поскольку оно включает себя сбор информации для ее выполнения.

Материалы к отчету:

1. Подписанный договор.
2. Дневник практики.
3. Характеристика СМИ (с описанием структуры, технологического процесса, приоритеты, формы работы данного СМИ с PR-службами)
4. Публикации либо материалы, принятые к публикации, заверенные редакцией (номера изданий с публикацией студента, радио- или видеозапись программы)
5. Характеристика с места прохождения практики

Примерный календарно-тематический план производственной практики студентов 4 курса

Период с 15.06 по 5.07.		
№ п/п	Наименование этапов практики	Кол-во дней
	Ознакомление с организацией, отделом, службой.	3
8.	Отслеживание внутренних связей между отделами организации, службы.	7
9.	Отслеживание внешних связей организации, работа с документацией под руководством специалиста.	9
10	Заполнение дневника практики.	ежедневно
11	Оформление отчета.	1
12.	Защита отчета по практике.	1
	Итого рабочих дней:	21

Материалы к отчету:

- 1 Подписанный договор.
2. Дневник практики (приводится почасовое описание видов работ)
3. Описание службы по связям с общественностью в коммерческой структуре.
4. План-сценарий одной PR-акции,
5. Подробное описание одного полного рабочего дня PR-специалиста (только с согласим принимающей стороны)
6. Характеристика с места прохождения практики

Необходимо выполнить два задания (по выбору) из предложенного списка: •

1. Напишите небольшую заметку в газету о фирме, проведя предварительный мониторинг информации о данной фирме в СМИ, используя материалы социологического опроса. Формы опроса предложите сами.
2. Разработайте PR-мероприятие, способствующее формированию позитивного общественно мнения о данной фирме, продвижению товаров и услуг, предоставляемых фирмой, созданию имиджа фирмы. Сформулируйте цели, задачи планируемого мероприятия, время и место проведения, определите целевую аудиторию, предложите сценарий.
3. Напишите заметку в газету о продуктах, товарах, услугах, предлагаемых данной фирмой. Заметка можем быть опубликована на правах рекламы
4. Познакомившись с деятельностью фирмы, ее историей, сотрудниками, отделами, структурными подразделениями напишите статью об истории создания фирмы.

5. Составьте деловое письмо, в котором вы как представитель PR-агентства предлагаете коммерческой фирме свои услуги. Прорекламируйте свое агентство и выразите Надежду на сотрудничество
6. Составьте 3-4 рекламных текста. Прорекламируйте товары, услуги данной фирмы (развернутая и сжатая реклама, реклама в печатных СМИ и на телевидении, например, бегущая строка)
7. Предложите эскиз эмблемы данной фирмы. Если таковая уже есть, определите, насколько она отражает деятельность фирмы.
8. Предложите проект рекламного щита фирмы, с деятельностью которой вы познакомились. Где бы вы его установили? Если таковой уже имеется, определите, насколько он отражает то, чем занимается фирма, какие средства вербального и визуального воздействия используются.
9. Предложите свой вариант форменной одежды для сотрудников, вариант товарного знака, упаковочного материала, бланка, рекламного слогана фирмы,

Содержание практики

Студент должен изучить следующие вопросы за время прохождения производственной практики:

- 1 Организация данной службы по связям с общественностью, ее структура, основные функции:
2. Планирование работы отдела по СО (долгосрочное, текущее);
3. Основные виды документации, которые ведутся службой;
4. Основные правовые документы, регламентирующие деятельность службы;
5. Внешние связи службы, отдела - внутригородские, областные, региональные, федеральные, международные; особо - связи с учебными заведениями - колледжами, вузами; ассоциациями PR-работников, научными центрами и т.п.;
6. Экономические аспекты деятельности службы, агентства, основные источники финансирования, коммерческой деятельности, связи с общественными фондами;
7. Нравственно-эстетическая сторона жизни и деятельности отдела службы; духовный и нравственно-психологический климат в коллективе: нравственное лицо работников службы: характер их отношения с заказчиками, клиентами.
8. Особенности контингента клиентуры, ее демографические, социально-культурные и иные характеристики; специфика методов работы.
- 9 Практическое применение в работе с обслуживаемым контингентом основных технологий коммуникативной деятельности;
10. Накопление эмпирического материала к написанию курсовых работ по дисциплине "Теория и практика связей с общественностью".

Основными исходными данными для сбора информации в период производственной практики являются:

- устав учреждения, агентства, службы.
- перспективный план работы учреждения:
- должностные инструкции:
- учетная документация (в зависимости от типа и вила учреждений):

- банк данных клиентов (имеющихся и потенциальных);
- финансово-учетная и нормативно-распорядительная документация (Постановления органов государственной власти, распоряжения местных органов власти и т.п.)

Индивидуальные задания по НИР в период прохождения практики.

Цель задания - приобщение студентов к творческой; исследовательской работе. Научно-исследовательская деятельность может проводиться по следующим темам:

1. Технология разработки программ и проектов по заказам клиентов.
2. Поисково-исследовательская деятельность в коммуникативной сфере (или отдельной службе) и ее предпосылки.
3. О роли конкретно социологических исследований в работе служб и отделов по связям с общественностью.
4. Особенности работы с тем или другим контингентом заказчиков услуг.
5. Роль информационно технической базы в творческо-поисковой деятельности служб и отделов по связям с общественностью.
6. Психологические методы в работе специалиста по связям с общественностью
7. Особенности управления в системе коммуникативного пространства.
8. Моделирование познавательного профиля специалиста по связям с общественностью (анализ познавательных процессов и их связь с профессиональной деятельностью).
9. Формирование социального и индивидуального имиджа специалиста по связям с общественностью.
10. Проектирование оптимальной системы саморазвития, самообучения и самоменеджмента в практике социальной и коммуникативной деятельности современного специалиста по связям с общественностью.
11. Формирование психологической культуры у современного специалиста социального профиля.
12. Профессионально важные качества (ПВК) специалиста по связям с общественностью.

Цель практики: выработка на основе теоретического базиса практических навыков работы в сфере связей с общественностью. Плановое участие в работе PR-отделов и отделов по работе с СМИ.

Задачи практики:

- знакомство студентов с организацией работы в отделов по работе с общественностью и ознакомление со структурой подразделений;
 - разработка возможных программ действий на период прохождения практики;
 - выработка оптимизации пути взаимодействий специалистов по связям с общественностью с внешними структурами;
 - составление медиаплана и медиа-программы для дальнейшей самостоятельной работы;
- подготовка собственных материалов для предоставления их в отчете (печатных, радио, TV).

Студенты-практиканты должны ознакомиться с внутренней структурой места практики, изучить и выделить наиболее тесные взаимосвязи со внешними организациями и службами. В рамках производственной практики необходима выработка практических навыков работы с персоналом, со СМИ, с творческим коллективом организации места практики

Особое значение в практике 4 курса имеет этап начала подготовки материалов для дипломного проектирования. Практиканту необходимо вести дневник и готовить практические материалы с перспективой преемственности их дальнейшего использования в отчете по преддипломной практике и самой дипломной работе.

- подготовить **практические** рекомендации по совершенствованию взаимосвязей внутри структурного подразделения;
- разработать конкретные направления расширения внешних связей отдела либо организации;
- изучить и проанализировать основные проблемные моменты в работе отдела или структурного подразделения;
- дать оценочную характеристику актуальности деятельности структурного подразделения или отдела с учетом современных тенденций в работе по связям с общественностью

Содержание практики.

В процессе прохождения производственной практики студент должен изучить следующие вопросы:

1. Место и роль службы по связям с общественностью в системе организаций, оказывающих коммуникативные услуги.
2. Структура и функции службы, агентства.
3. Материально-техническое и правовое обеспечение ее деятельности.
4. Планирование работы службы: текущее и долгосрочное.
5. Банк данных службы по учету основных категорий потенциальных и имеющих клиентов: критерии его формирования и их эффективность.
6. Контент-анализ деятельности службы с привлечением уставных, учетно-регистрационных, распорядительных, финансовых и отчетных документов.
7. Информационное обеспечение деятельности службы, ее связи в коммуникативном пространстве города, региона.
8. Состояние аналитической работы в деятельности службы.
9. Стиль работы сотрудников службы в соответствии с общими требованиями к коммуникативной культуре и нравственному облику специалиста по связям с общественностью.
10. Оценка деятельности службы, выявление в ней положительного опыта и проблем, требующих дальнейшей разработки.
11. Участие в разработке программ, поисковых начинаний агентства, отдела, службы.
12. Определение направлений дальнейшего совершенствования оказания коммуникативных услуг, которые по согласованию со службой, либо агентством и кафедрой Связей с общественностью станут основой для дипломного исследования

Основными исходными данными для сбора информации являются: анализ деятельности по направлениям работы (ежемесячный, ежеквартальный, ежегодный).

* устав службы, учреждения;

* перспективный план работы организации, отдела;

* должностные инструкции;

учетная документация (в зависимости от типа и вида учреждений);

* банк данных граждан, клиентов (по категориям);

финансово-учетная и нормативно-распорядительная документация (Постановления органов государственной власти, распоряжения местных органов власти и т.п.)

Материалы к отчету:

1. Подписанный договор.

2. Дневник практики.

3. Характеристика отдела по связям с общественностью или государственной или коммерческой структуры;

4. Публикации, материалы, принятые к публикации, практические разработки, программы PR-акций или отдельные разработки программных блоков акций, разработки презентаций и т.п.:

5. Характеристика с места прохождения практики.

Примерный календарно-тематический план производственной практики студентов

4 курса. Период с 15.06 по 5.07	
Наименование этапов практики	Кол-во дней
1. Ознакомление со службой, ее структурой, услугами и контингентом клиентов.-	2
2. Контент-анализ деятельности службы на основе изучения всех видов документации.-	5
3. Изучение опыта применения основных 6 видов деятельности.	6
4. Комплексный анализ опыта деятельности службы по СО.	3
5. Разработка предложений по совершенствованию деятельности службы и формулирование проблематики практического исследования.-	3
6. Оформление отчета.	2
7. Защита отчета по практике.	-
Итого рабочих дней:	21

Цель индивидуальных заданий по практике приобщение студентов к поисковой, творческой деятельности. Она может осуществляться по следующей тематике:

1. Сферы применения PR
- 2 Конкретные исторические формы коммуникации.
- 3 Развитие PR-индустрии
- 4 Общие принципы построения и оценки PR-деятельности.
5. Коммуникативные модели PR-технологий Распространение информации в человеческой среде фреймовое представление
- 6 Диффузная р. Э.Роджерса о пяти ролях, характерных для коммуникативной передачи информации
- 7 Теория изменения мнения и сохранения информации в человеческой среде
- 8 Примеры использования элементарных операций PR: присоединение, дистанцирование, изменение отношения
- 9 Особенности менеджмента в сфере связей с общественностью
10. Профессия «спин-доктор». Ее появления и распространение.
11. Морально-этические аспекты профессии «спин-доктор».
12. Конструирование событийного ряда.
13. Основной и дополнительный вес новости.
14. Слухи, их распространение и борьба с ними.
15. Основные критерии профессионализма в сфере связей с общественностью.

16. Влияние социальных проблем современного общества на социальную и коммуникативную сферы.
17. Инновации в сфере связей с общественностью.
18. Эффективность деятельности городских служб и организации по связям с общественностью.
19. Анализ эффективности структуры современных служб и отделов по связям с общественностью.
20. Специфика информационного обслуживания коммуникативной сферы.

5. Преддипломная практика.

Преддипломная практика является одним из важнейших этапов работы студента над дипломным исследованием. Этот этап должен сориентировать дипломную работу на практическое использование ее результатов, придать ей практический смысл. В связи с этим предполагается, что к началу преддипломной практики студентом осуществлены необходимые предшествующие этапы работы над дипломным исследованием: выбор темы, ее структурирование и выявление смысловых блоков; библиографический и концептуальный поиск по литературным источникам теоретического обоснования проблемы, накоплен цифровой и статистический материал по ее состоянию в РФ, регионе, если необходимо, то и за рубежом.

Цель практики - углубление знаний и навыков деятельности в сфере связей с общественностью, развитие умений самостоятельного исследования проблем коммуникативной сферы и подходов к их разрешению.

Задачи практики:

- развитие у студентов чувства профессиональной принадлежности через задействованность в выполнении практических задач деятельности по связям с общественностью;
- углубление представлений студентов об организации деятельности отделов и служб по связям с общественностью, видах и формах оказываемых услуг, используемых технологиях, системе взаимодействий, отношении к ним в обществе;
- формирование у студентов ориентации на исследовательскую деятельность в процессе практики, через проверку, подтверждение (может быть и опровержение) его собственных гипотез, взглядов, концепций;
- развитие у студентов способности к проведению исследовательской работы, выработке критической точки зрения и собственных взглядов на существующую практику деятельности служб по связям с общественностью;
- формирование инновационного мышления и умений разрабатывать собственные программы, мероприятия, предложения по совершенствованию системы коммуникативной сферы;
- создание условий для подбора и систематизации студентом материала по теме дипломного исследования согласно его плану и характеру.

Содержание практики.

Преддипломная практика начинается с ознакомления с отделом или службой по связям с общественностью, ее структурой, направлениями деятельности,

клиентурой, методами и формами оказания услуг, видами и формами работы с клиентами. Целесообразно ознакомиться с основными формами отчетности, учета и регистрации оказываемых услуг, видами первичных документов службы и отдела, разрабатываемыми программами, комплексами мероприятий и т.д. В зависимости от исследуемой в дипломной работе проблемы, проконсультировавшись с руководителем практики, студент определяет направление в деятельности службы и отдела для детального изучения и участия в его реализации. Студент осуществляет сбор фактического и цифрового материала, наблюдает за реализацией различных методик разработки коммуникативного заказа, либо программы, типологизацией ситуаций, сопоставлений, с целью прогнозирования успешности результата, с деятельностью иных агентств и служб по связям с общественностью в РФ и за рубежом.

Также необходимо провести детальный анализ состояния исследуемой проблемы, способов и результатов ее разрешения в данной ситуации, либо составить план разработки комплекса мероприятий для выполнения заказа клиента. Следует обратить особое внимание на необходимость критического осмысления существующей деятельности служб и агентств по связям с общественностью в целях дальнейшего совершенствования их деятельности. По итогам этого этапа составляется аналитическая часть отчета по практике.

Следующий этап практики носит инновационный характер и предполагает наличие у студента умения проявить способность к разработке практических рекомендаций к совершенствованию деятельности служб и отделов по связям с общественностью. Инновационность подразделяется на комбинирующую (сочетание имеющихся подходов с принципиально новыми); совершенствующую (развитие имеющихся подходов, методов, форм); радикальную (предложение принципиально нового). Поэтому разработка системы мероприятий по подготовке проекта, программы по оказанию коммуникативных услуг и т.д. может осуществляться:

1. путем проведения самостоятельного исследования или эксперимента (социологическое исследование, тестирование, обследование какой-либо категории потенциальных клиентов заказчика, стандартизированное наблюдение и т.п.).

2. через использование современного научного и практического опыта связей с общественностью в плане внедрения его в деятельность конкретной организации, предлагающей клиентам товары или услуги и различного профиля (на районном, городском и областном уровне).

По результатам этого этапа практики составляется вторая часть отчета, представляющая собой разработку системы мероприятий, программу по выработке коммуникативных услуг или описание собственного эксперимента с обоснованием их места и роли в совершенствовании деятельности отдела по связям с общественностью, а также предполагаемых результатов от их внедрения в практику.

Исходными данными для сбора информации являются:

- перечень документов, указанный в предыдущих пунктах;

- нормативно-правовые документы федеральных, региональных и муниципальных органов власти по организации исследуемого вида деятельности служб и агентств по связям с общественностью;
- литература политологического, социологического, социального, психологического, педагогического, экономического характера по проблеме исследования;
- периодические издания, публикующие информацию об опыте деятельности служб по связям с общественностью и разрешения аналогичных исследованию проблем.

Примерный календарно-тематический план преддипломной практики студентов 5 курса.

Период с 01.02 по 29.03

1. Ознакомление со службой, организацией, отделом по связям с общественностью
2. Формулирование проблемы дипломного исследования в преломлении к деятельности базы практики.
3. Сбор фактического материала, освещающего особенности проблемы, ее причины, проявления, подходы к ее решению, их эффективность.
4. Сопоставление и анализ собранного материала (литературного, нормативного, данных службы)
5. Составление аналитической части отчета (I и II главы дипломной работы)
6. Разработка комплекса мероприятий по совершенствованию деятельности службы или проведение самостоятельного исследования и эксперимента
- 7 Составление инновационной части отчета (III гл. дипломной работы).
8. Защита отчета по практике

Составление отчета о преддипломной практике.

Отчет о выполнении программы преддипломной практики составляется по мере прохождения ее основных этапов. Он состоит из двух разделов: 1 Аналитическая часть. 2 Инновационная часть. Вместе с отчетом на кафедру должны быть представлены: 1. Материалы, собранные по указанию кафедры. 2. Дневник практики. 3. Черновой вариант дипломной работы.

Все перечисленные материалы должны быть заверены руководителем от базы практики, а характеристики, кроме того, гербовой печатью предприятия.

Общие требования по составлению и защите отчета о практике

По окончании каждой из практик студент составляет письменный отчет о выполнении программы практики и после проверки руководителем от предприятия и оценке его, представляет отчет на кафедру для проверки руководителем.

Общий объем текстовой части не должен превышать 50 рукописных страниц, написанных разборчиво и аккуратно на одной стороне листа без сокращений в словах. Все схемы и таблицы в отчете нумеруются. При нарушении этих требований отчет будет возвращен на доработку.

К текстовой части отчета необходимо приложить все первичные документы, образцы заполняемых в отделе или службе бланков, копии планов программ, описание методик и т.д. Все приложения должны быть пронумерованы порядковыми номерами и на них даны ссылки в соответствующих местах текста отчета.